



Encuestas presidenciales 2006: ¿amigas o enemigas políticas?

EMILIO SALIM CABRERA

Introducción

En los últimos meses, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), ha realizado fuertes declaraciones en contra de las encuestas que no lo favorecen. El pasado 10 de abril, señaló que junto con Carlos Salinas y Televisa, las encuestas son sus enemigas. Con este tipo de declaraciones es oportuno plantearnos la siguiente pregunta: ¿las encuestas son amigas o enemigas de los candidatos presidenciales?

Para responder con seriedad debemos enfocar el debate desde una visión integral que nos permita comprender la función de las encuestas en las contiendas electorales. De esta manera, es conveniente estudiar el clima político-electoral.

Clima político

Hoy vemos cotidianamente en las noticias que la lucha presidencial es el motivo de todas las decisiones políticas importantes en los tres poderes federales, de muchos gobiernos estatales y algunos municipales, además de ser la comidilla de cada día en el interior de los partidos políticos, grupos de presión y de toda la sociedad civil interesada en política.

Faltan dos meses para las elecciones presidenciales de 2006, pero hace dos años que el sistema político mexicano tiene, en la agenda pública, un lugar destacado para los posibles sucesores de Vicente Fox.

El asunto del proceso de sucesión presidencial adelantada, es un fenómeno inédito en el México posrevolucionario, que tiene muchas aristas, pero que, sin duda, presenta un nuevo orden en las relaciones de poder entre los candidatos, partidos y

los diferentes actores del gobierno de la República.

La ciudadanía, desde hace tres años ha presentado claros signos de "fatiga electoral"; los niveles de abstencionismo lo indican con toda claridad y las encuestas serias también lo han reportado oportunamente. El hartazgo social de los pleitos entre los políticos se ha convertido en un creciente rechazo a todo lo relacionado con la vida política nacional.

La guerra sucia entre los candidatos presidenciales ha empeorado esta situación y hoy vivimos, además, un clima de "temores y pasiones", con escenarios francamente indeseables que pueden llegar a generar números espeluznantes en muertos, heridos y detenidos por los procesos electorales.

El lenguaje de la guerra sucia presidencial ha subido de tono en forma alarmante, pasando por "rateros", "corruptos", "chachalacas", "fascistas", "cobardes", "enemigos", "boicots", llegando a todo tipo de agresiones personales e institucionales.

Hoy corren muchos rumores que generan temores y hasta terror. Algunos son fundados, pero la mayoría no tienen ningún tipo de sustento en la realidad. Es claro que el poder presidencial es amplio, pero también es cierto que está acotado, que gracias al avance democrático hoy tiene límites y candados que impiden locuras presidenciales.

Sea quien sea el próximo presidente de la República no hará cambios mayores que afecten nuestra vida cotidiana. No habrá problemas con la propiedad privada; nadie permitirá invasiones ilegales; no se retirarán los capitales abruptamente; no habrá otra gran crisis económica como la de 1995; no viviremos desempleos masi-

vos, ni se desarticularán las principales instituciones gubernamentales.

Encuestas

"Encuesta" es una palabra muy socorrida ahora en este país. Forma parte ya del léxico popular para asuntos políticos, económicos, administrativos y publicitarios en México. Sin embargo, no todos valoramos igual a las encuestas, como muy provocativamente lo señaló Carlos Tello Díaz, en el artículo "Ver, leer y entender", en el que concluye, retomando a Giovanni Sartori, que la información es la piedra angular de la formación de la opinión pública, pero "lo que falta no es información, faltan las reflexiones morales sobre los hechos: falta una lectura".

Videopolítica y democracia de sondeo es el título del libro que presentó Sartori en 2003, en el que denuncia enfáticamente la lamentable pobreza del *Homo videns*, que se guía por las imágenes, desprecia las ideas y los conceptos. Hay muchos otros intelectuales y líderes de opinión que continuamente denuncian la "encuestitis" o las relaciones entre las "imágenes y cortesanos". El punto es que la vida del gobierno, los partidos políticos, las elecciones, los medios masivos de comunicación y la opinión pública es inimaginable sin las encuestas.

El conocimiento con vocación científica debe ser claro, vale decir transparente; preciso, que se fundamente factualmente; sistemático, que equivale a realizarlo metódicamente, y falible, en otras palabras, perfectible.

Estas premisas son fundamentales para las encuestas, en todas sus fases: diseño,



muestreo, levantamiento, procesamiento, análisis e interpretación. De ahí, la insistente lucha que hemos dado durante largos años por las "vitrinas metodológicas", como referentes mínimos indispensables para evaluar la validez y seriedad de las encuestas, sus resultados y su interpretación.

Aunque los más importantes y reconocidos encuestadores y analistas políticos respetan estas premisas, e incluso continúan innovando y perfeccionando la forma de informar, hay periodistas que se niegan a transparentar la información, argumentando "sobrepeso" en la declaración del autor que interpreta las encuestas. A ellos les gusta la comodidad de englobar todo en el nombre de la "casa encuestadora", una caja necesariamente oscura, que deja en el anonimato y, por lo tanto, sin las responsabilidades que tiene cada uno de los que intervienen en las encuestas. ¡Gran favor a las casas encuestadoras y a la transparencia de la información!

Los resultados de las encuestas deben ser interpretados a la luz de todos los elementos mencionados y es muy importante distinguir los resultados de los ejercicios de proyección, como son los escenarios y tendencias electorales de los reportes directos de las encuestas. Hoy, como hace seis años, una lectura completa de las encuestas y los ejercicios de proyección (mediante escenarios) son la gran diferencia.

En una recopilación de encuestas realizada por el PAN¹ para los meses de febrero y marzo encontramos tanto encuestas como escenarios, haciéndolos equivalentes y no lo son. El error aquí es "sumar peras con manzanas" (cuadro 1).

En el cuadro encontramos que hay encuestas y escenarios "amigos y enemigos" para los tres principales candidatos, tanto en febrero como en marzo. En el año 2000 pasó lo mismo. Recordemos que Enrique Alduncin documentó mediante un riguroso

estudio de 113 encuestas, en el número de agosto de 2000 en esta revista que: "A los ojos de los analistas políticos y los ciudadanos, el gremio de encuestadores falló... Los analistas políticos no se confundieron, pero no atinaron a leer los resultados respecto al 18% del electorado que no respondió cuál era su intención de voto. A éstos se les denominó 'indecisos', palabra que no refleja con precisión su naturaleza, más bien son votantes 'reservados' u 'ocultos', ya que sí tienen preferencias definidas, pero no desean revelarlas por distintas causas."²

La decisión de votar, y por quién votar, es el corazón de la democracia y de los sistemas políticos que la promueven como la mejor forma de gobierno. La EMV2000 señaló que 87% de los mexicanos considera muy bueno o bueno, contar con un sistema político democrático en nuestro país. Que 87% de los mexicanos piense que es bueno y muy bueno contar con un sistema políti-

Cuadro 1.

Agencia	Calderón	Madrazo	Obrador	Otro	Fin de campo	Tendencia	Diferencia FCH-AMLO	
ARCOP	35	24	40	1	8 de feb	Sube AMLO	-5	Enero
Reforma	28	31	38	4	12 de feb	Sube AMLO	-10	
El Universal	33	27	37	2	13 de feb	-	-4	
De las Heras	31	31	36	2	20 de feb	-	-5	
Consulta	30	28	39	3	20 de feb	-	-9	
GEA-ISA	32	26	40	2	21 de feb	Sube AMLO	-8	
BIMSA	29	29	41	1	22 de feb	Sube AMLO	-12	
Rango	(29.35)	(24.31)	(36.41)	(1.4)				
El Universal	32	24	42	2	6 de mar	Sube AMLO	-10	Febrero
Reforma	31	25	41	3	13 de mar	Sube AMLO	-10	
De las Heras	29	30	38	3	17 de mar	Sube RMP	-9	
BIMSA	32	27	39	2	19 de mar	Baja AMLO	-7	
Consultores	32	29	37	2	19 de mar	Baja AMLO	-5	
GEA-ISA	36	28	34	2	21 de mar	Baja AMLO	+2	
Consulta	31	29	38	2	23 de mar	Baja AMLO, sube FCH y RMP	-7	
Beltrán (BGC)	34	28	36	2	27 de mar	Baja AMLO Sube FCH	-2	
ARCOP	36	29	33	2	31 de mar	Baja AMLO	+3	
Rango	(29.36)	(24.30)	(33.42)	(2.3)				



co democrático en este país, significa que tenemos una amplia vocación democrática y grandes esperanzas en este tipo de sistema político, por lo que es una obligación de todos promoverlo y desarrollarlo en un proceso de mejora continua que lo perfeccione permanentemente.

Como sostuve en el número del pasado mes de marzo en esta revista:³ 1) las elec-

ciones de julio de 2006 serán las más competidas en la historia de México; 2) es muy probable el escenario de que la posición del puntero cambie alternándose, hasta que se consolide el definitivo, a finales de mayo o a principios de junio; 3) la familia y los conocidos definirán la participación y la orientación del voto en las elecciones de julio de 2006.

- 1 Página web del PAN, 11 de abril de 2006.
- 2 Enrique Alduncin, "Resultados y evaluación de las últimas encuestas preelectorales", *Este País*, agosto de 2000, p. 43.
- 3 Emilio Salim, "Descubriendo el ADN electoral de 2006", *Este País*, marzo de 2006, pp. 58-60.



El clima de la opinión pública en la ciudad de México

PABLO PARÁS Y CARLOS LÓPEZ

¿Puede el PRD perder la capital? La respuesta inmediata y hasta cierto punto obvia es "no"; la elaborada y analizada con cuidado es matizada: "es muy poco probable que no gane Marcelo Ebrard". Las encuestas disponibles sitúan al candidato del PRD con una cómoda ventaja que fluctúa entre el 54% y el 66% de las preferencias de los capitalinos.¹ Nuestra última medición (el *Termómetro Capitalino*, de DATA Opinión Pública y Mercados, realizado a finales de marzo) corrobora esta lectura al registrar 62% de la intención de voto para Ebrard, 19% para Sodi y 17% para Paredes (porcentajes recalculados sin considerar a los indecisos).

"La carrera de caballos", como suele llamarse a la competencia electoral, no es, pues, ni la noticia candente ni el tema de análisis de esta entrega. Hay dos temas de mayor relevancia que revisamos a continuación.

El primero es el clima de la opinión pública que se vive en la capital. Es decir, el estado de ánimo de los habitantes de la

ciudad de México. Los resultados del último *Termómetro Capitalino*² sugieren que el DF vive un clima de opinión potencialmente riesgoso, mismo que, desde nuestra perspectiva, puede ser detonado por un pobre desempeño del próximo gobierno de la ciudad o incluso del próximo gobierno federal.

El segundo tema de relevancia es el número de votos que el DF podría aportar a cada uno de los candidatos a la presidencia de la República, es decir, el peso específico que tenga la capital en la elección federal. Sabemos que la mayoría serán para Andrés Manuel López Obrador. Así que la pregunta de interés es: ¿qué porcentaje pueden obtener los otros dos candidatos importantes? Revisemos entonces los datos que nos permiten desarrollar estos dos temas de interés.

El clima de la opinión en el DF

Para describir el clima de la opinión en la capital usaremos percepciones sobre tres

aspectos de la vida diaria: seguridad, gobierno y economía. Seguridad pública es un tema obligado en nuestra ciudad. En abril de 2005, 51% de los entrevistados consideraba a la inseguridad pública como el principal problema de la ciudad; en marzo de 2006, dicho problema se mantiene como el primero, pero aumenta ligeramente situándose en 57% de las menciones.

Las variables que miden experiencias directas, es decir, aquellas que intentan ir un poco más allá de la percepción de inseguridad, muestran gran estabilidad: en un año no se han movido los porcentajes de personas que manifiestan haber sido víctimas de asaltos en el periodo de referencia de la pregunta. Desafortunadamente, la estabilidad de las cifras nos remiten a una terrible realidad: 34% reporta que él/ella o alguien de su familia inmediata fue asaltado en los últimos tres meses; 15% reporta que él/ella personalmente ha sido asaltado en una ocasión en los últimos doce meses y 10% en más de una ocasión.